



Verslag marktconsultatie energiebesparing inwoners en bedrijven

Namens de gemeente Bergen (NH), Castricum en Heiloo

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	2
2. Algemeen.....	3
3. Oplossingsrichtingen	3
4. Aanbesteding	6

1. Inleiding

Begin februari 2021 heeft de BUCH een marktconsultatie met vragen gepubliceerd op TenderNed over het onderwerp 'energiebesparing voor inwoners en bedrijven'.

Door middel van de marktconsultatie wilden we inzichten verkrijgen op gebied van onder andere trends, oplossingen, en inrichting van de aanbesteding om uiteindelijk een succesvolle aanbesteding te kunnen doen.

De aanleiding voor de marktconsultatie is dat we op zoek zijn naar één of meerdere organisaties die vanuit het thema Energietransitie invulling gaan geven aan de realisatie van de klimaatdoelstelling om uiterlijk in 2030 49% CO₂ gereduceerd te krijgen ten opzichte van 1990. Vanuit dit thema kan daar een belangrijke bijdrage aan worden geleverd. Het thema Energietransitie is één van de pijlers van ons programma Klimaat.

In totaal hebben 10 organisaties schriftelijk gereageerd. Met 4 organisaties hebben we in maart 2021 verdiepende gesprekken gehouden. De adviezen van deze organisaties zoals opgenomen in dit verslag zullen worden meegenomen bij het opzetten van onze aanbesteding.

In dit verslag zijn de reacties op de vragen van de marktconsultatie gerubriceerd naar algemene vragen, vragen over oplossingsrichtingen, en vragen over aanbesteden.

2. Algemeen

In vraag 1 en 3 hebben de deelnemende organisaties hun dienstverlening en Unique Selling Points uiteengezet.

Vraag 2:

Innovatie en dienstverlening en een proactieve rol zijn belangrijke aandachtspunten bij de BUCH. Hoe geeft u hier invulling aan bij deze dienstverlening?

Organisaties hebben de volgende mogelijkheden voor innovatie aangegeven:

1. Laagdrempelige en eenduidige informatievoorziening. Verder ontsluiten van data door het om te vormen naar bruikbare informatie: duurzaamheidsdashboard, energiescan voor bedrijven, woningscan, catalogus met verduurzamingsmaatregelen.
2. Analyseren van data uit het veld om doelgroepgerichte aanpak voor inwoners op te zetten.
3. Slim koppelen van data om inwoners op natuurlijke momenten (verhuizing, verbouwing, uitbreiding, groot onderhoud) te kunnen adviseren over energiebesparing.
4. Vertalen van innovaties in de markt (technisch, financieel, communicatie, participatie/samenwerking) naar inwoners en bedrijven.
5. Lerend netwerk opzetten om effectievere aanpakken te ontwikkelen. Losstaande projecten en/of organisaties aan elkaar koppelen om kennis te delen.

Vraag 4:

Wat is uw visie op de gevraagde dienstverlening tot 2030, en welke trends ziet u?

Organisaties hebben de volgende trends en visies aangegeven:

1. Verschuiving van verduurzaming van een woning naar gebiedsgerichte verduurzaming.
2. Toenemende rol van lokale initiatieven en inwoner meer aan het roer. Activeren en bestendigen van deze initiatieven.
3. Flexibele aanpak om te kunnen inspelen op veranderende marktomstandigheden, innovaties, en aangepaste wet en regelgeving.
4. Inzetten op snel leren door onder andere goed te monitoren wat de effectiviteit van de dienstverlening is en door alle (kwantitatieve en kwalitatieve) inzichten op één plek te borgen.
5. Groeiende behoefte aan data en meetbaar maken van resultaten.
6. Energietransitie breed gezien: techniek(en), bewustwording, gedrag, doelgroepen.
7. Naast energietransitie meer aandacht voor aanpalende thema's zoals biodiversiteit, klimaatadaptatie en circulariteit.
8. Duidelijke communicatie aanpak voor creëren van draagvlak en acceptatie: niet alleen over inhoud maar ook over het proces. Koplopers de middengroep laten meenemen.

3. Oplossingsrichtingen

Vraag 5:

Ziet u mogelijkheden om energiebesparing voor zowel inwoners als bedrijven vanuit uw organisatie te faciliteren? Zo ja wat ziet u als voorde(e)l(en) om dit te combineren? Zo nee, richt u zich dan op inwoners of op bedrijven en kunt u uw keuze nader toelichten?

Een paar organisaties hebben aangegeven zich specifiek te richten op bedrijven of inwoners aangezien hun ervaring het beste op de desbetreffende doelgroep aansluit. Twee organisaties geven aan zowel ervaring te hebben met inwoners als met bedrijven.

Genoemde voordelen om de doelgroepen inwoners en bedrijven te combineren:

- Investeren in zonnepanelen op een bedrijfsdak op basis van de postcode-roosregeling als raakvlak tussen inwoners en bedrijven. Combineren van deze twee doelgroepen betekent niet perse dat ook dezelfde aanpak gehanteerd dient te worden.
- Combineren biedt mogelijkheden om inwoners en bedrijven over en weer te inspireren en lokale challenges te organiseren.
- Geleerde lessen van collectieve inkoopacties voor particulieren kunnen mogelijk worden toegepast op MKB en bedrijventerreinen.

Vraag 6:

Welke aanpak (of aanpakken) met betrekking tot energiebesparing voor inwoners en/of voor bedrijven stelt u voor? Denk hierbij onder andere aan aspecten als: segmentering/doelgroepen, koopwoningen versus huurwoningen, kosten versus effectiviteit, belanghebbenden versus draagvlak, communicatie/participatie, dienstverlening in relatie tot de klantreis in energiebesparing voor inwoners/bedrijven, en monitoring/voortgang van de resultaten.

De onderstaande suggesties met betrekking tot de aanpakken zijn onderverdeeld naar Inwoners, Bedrijven en Algemeen.

Inwoners:

1. Voorspelbare en programmatische aanpak: doelgroep segmentatie, afdekken van de hele klantreis, Informeren, activeren en converteren, altijd handelingsperspectief bieden, data gedreven werken, met elkaar leren en reflecteren.
2. Programmatische aanpak kan zeer succesvol zijn als deze ook persoonlijk en concreet is te maken aan de fase waar een eigenaar/ gebruiker zich in bevindt.
3. Buren met elkaar verbinden zodat zij samen een actie in hun buurt opzetten met als doel zoveel mogelijk buren een 'spijtvrije' maatregel te laten nemen in hun woning waardoor er een CO2-reductie optreedt. Qua doelgroepen focussen op de kopgroep en de middengroep. Zowel particuliere woningeigenaren als huurders. Samenwerking met woningcorporaties ligt ook voor de hand.
4. Gefaseerde aanpak met kleine stappen die leiden tot grote impact in 2030. Belangrijk om eerst schaal en massa te creëren met implementatie van erkende maatregelen of isoleren in plaats van een focus op in één keer gasloos wonen of werken. Met de verschillende (lokale) partners focus en de doelgroepen afstemmen en zorgen voor de juiste communicatie. Lokale partner is belangrijk die de dynamiek snapt in de gemeente en ook al (enigszins) een netwerk heeft.
5. Participatie traject met dialoogsessies en kennisbijeenkomsten. Inwoners meenemen in de klantreis en goed informeren.
6. Diverse doelgroepen op een kleinschalige manier in een intensief traject aanspreken: energiecoaches (voor particulieren en bedrijven) opleiden die vervolgens bij inwoners of bedrijven langsgaan; laagdrempelige workshops organiseren voor groepen inwoners over energiebesparing, of bewonersavonden begeleiden om beleid te presenteren en feedback op te halen. Daarnaast opzetten van een brede communicatiecampagne om draagvlak te creëren bij diverse groepen inwoners, zodat deze groepen elkaar onderling versterken.

Bedrijven:

1. Een financieel/economische aanpak, waarbij het inzichtelijk maken van de duurzame mogelijkheden met bijbehorende kosten en besparingen de basis is.
2. Energie Convenant: een netwerk van bedrijven die elkaar inspireren met concrete maatregelen ter verduurzaming van hun gebouwen, processen en mobiliteit. Concept van

‘brengen en halen’ is zeer relevant. Zorg ook voor commitment op verschillende niveaus binnen de bedrijven. Maak concrete commitments (bijvoorbeeld 50% reductie in 2030 t.o.v. 2015) en meet deze commitments.

3. Bedrijven volledig ontzorgen, zodat zij zich met hun core business bezig kunnen houden en het verduurzamen/energie besparen voor hen gedaan wordt.
4. Scherpe keuzes maken om veel CO2 besparing te kunnen realiseren. Aanpakken kunnen dan zijn:
 - Focus op de top 100 geschatte verbruikers in de gemeentes, omdat hier de meeste winst valt te behalen.
 - Beginnen met aanpakken van bedrijventerreinen omdat hier veel ruimte is om aan een heel energiesysteem te werken.

Algemeen:

1. Samen kennis ontwikkelen: waarom zou ikzelf een onderzoek doen wat de meerwaarde van een groen dak is, maar wat nu als we dat combineren met de burens?
2. Starten met koplopers die elkaar inspireren en de leerervaringen kunnen delen en om het ‘laaghangend fruit’ te verduurzamen. Deze cases vervolgens gebruiken om de achterblijvers mee te krijgen. Het effect van de ‘first follower’ uit de psychologie en leiderschapstheorie.
3. Lokaal Klimaatakkoord afsluiten door gemeente met inwoners, organisaties en het bedrijfsleven om CO2 reductie doelen samen te bereiken.
4. Oprichten van een projectbureau waarbij de gemeente volledig wordt ontzorgd op kennis en kunde participatie en aansturing van alle stakeholders.

Vraag 7

Welke rol ziet u weggelegd voor lokale initiatieven zoals energieverenigingen-/ coöperaties, en op welke manier denkt u te kunnen samenwerken?

De lokale initiatieven worden gezien als belangrijke succesfactor. Zij kunnen bijdragen aan een betere communicatie tussen bewoners en gemeente, ideeën ophalen zowel op wijkniveau als op individueel niveau en meedenken aan oplossingen. Hierdoor ontstaat meer vertrouwen in de gemeente bij de energietransitie.

Het belang om samen te werken met lokale initiatieven wordt door alle organisaties onderkend. Niet alleen om de gemeente beter te kunnen helpen, maar ook om de lokale partijen zelf te ondersteunen op diverse onderdelen zoals technische en juridische kennis.

Vraag 8

Bij welke stap(pen) in de klantreis in energiebesparing (inwoners en/of bedrijven) biedt uw organisatie met name de meeste toegevoegde waarde? Kunt u dit nader toelichten?

Meerdere organisaties hebben aangegeven zowel inwoners als bedrijven te kunnen begeleiden tijdens een aantal stappen. Ze hebben allemaal een eigen visie en aanpak op de klantreis. Ook is de ene organisatie meer gericht op het begintraject (de oriëntatiefase) terwijl de andere organisatie zich meer focust op de uitvoeringsfase. Een enkeling kan alle stappen begeleiden.

Het inzichtelijk maken en laten zien van de gehele klantreis wordt vaak genoemd als een belangrijk onderdeel van de aanpak. Het creëren van duidelijkheid over de mogelijkheden, kosten en planning zijn tevens genoemd als elementen die bijdragen aan het in beweging krijgen van de klant.

Ook worden de tussenstappen genoemd als belangrijke fase: de fase waarin een inwoner of bedrijf moet wachten om de volgende stap te zetten. Dat zijn vaak momenten waar men afhaakt. Vertrouwen en persoonlijke communicatie wordt dan ingezet om de klant aan te blijven haken.

Vraag 9

Ziet u mogelijkheden om uw dienstverlening met betrekking tot energiebesparing te combineren met Aardgasvrij (Transitievisie Warmte)? Kunt u dit nader toelichten?

Vrijwel alle organisaties geven aan mogelijkheden te zien om energiebesparing en Aardgasvrij te combineren. Energiebesparing wordt gezien als een logische eerste stap naar Aardgasvrij.

Vraag 10

Ziet u vanuit uw dienstverlening mogelijkheden om naast de pijler Energietransitie (een van) de andere pijlers uit het programma Klimaat (Circulaire Economie, Duurzame Mobiliteit, Klimaatadaptatie, Duurzame Bedrijfsvoering) te ondersteunen? Kunt u dit nader toelichten?

Vrijwel alle organisaties geven aan mogelijkheden te zien om ook op de andere pijlers uit het programma Klimaat ondersteuning te bieden. De mate en wijze van ondersteuning verschilt per organisatie.

4. Aanbesteden

Vraag 11

Wat zijn indicatief de jaarlijkse kosten van de aangeboden dienstverlening? Hoe zouden we de inschrijfprijs het beste kunnen uitvragen?

Een aantal organisaties hebben aangegeven dat ze op basis van de thans verstrekte informatie nog geen kostenindicatie kunnen afgeven. Daarvoor dient de opdracht meer gespecificeerd te worden (activiteiten, uren, grootte van de opdracht). Enkele organisaties hebben richtbedragen afgegeven.

Vraag 12

Welke informatie heeft u minimaal nodig om een goede aanbidding te doen?

Er is door een aantal organisaties aangegeven om een zo duidelijk mogelijke afbakening van de scope van de opdracht te verstrekken: doelstellingen (per pijler van het programma klimaat) op jaarbasis, verantwoordelijkheden, activiteiten, reikwijdte, beschikbaar budget, wijze van samenwerking met andere partijen).

Verder zijn de volgende suggesties gedaan om de opdracht te verduidelijken:

- Maak een onderscheid in de uitvraag tussen de basisdienstverlening en optionele projecten zoals inkoopacties en wijkaanpakken.
- Aangeven hoeveel bedrijven en inwoners jaarlijks bereikt, ondersteund, of begeleid dienen te worden.
- Aangeven of er naast deze pijler ook andere pijlers ondersteund dienen te worden.
- Inzet per vakgebied van beoogde samenwerking met meerdere partijen in de raamovereenkomst: Welke kennis, expertise, vaardigheden en capaciteit is nodig c.q. waarop is de inzet gericht (bijvoorbeeld communicatie, participatie, procesmanagement etc.).

Vraag 13

Welke zaken zou de opdrachtgever nog kunnen vragen c.q. organiseren om tot een meer complete en/of een kwalitatief hoogwaardigere aanbesteding te komen?

De volgende suggesties zijn gedaan:

- Als het gaat om het evalueren van de technische capaciteit en de aanpak van een bedrijf/betrokken partij kan worden overwogen om een oefencasus op te stellen. Op deze manier is in beeld te brengen of de scope en visie van een bedrijf overeenkomt met die van de BUCH.
- Bekijk in welke mate organisaties ervaring hebben met het werken met bewoners en bedrijven, uitgesplitst naar de doelgroepen en wat daarbij hun resultaten zijn. Vraag naar referenties.
- Scherper uiteenzetten van de taken en verantwoordelijkheden die door beoogd opdrachtnemer ten uitvoer moeten worden gebracht en welke activiteiten achterblijven bij de opdrachtgever.
- Een beschrijving van de strategische invulling/visie samenwerking.

Vraag 14

Wij denken aan een lange termijn samenwerking. Welke looptijd adviseert u voor deze dienstverlening en waarom?

De meeste organisaties adviseren een looptijd van 4 jaar met optie tot verlenging.

Eén organisatie adviseert een kortere looptijd van 2-3 jaar. Het beschikbare budget is leidend om op te starten en om de doelen scherp te formuleren. Daarna verlengen met 4 jaar.

Een andere organisatie adviseert een lange termijn samenwerking van 10 jaar met optie tot verlenging. Dit met het oog op technologieën die zich in een hoog tempo ontwikkelen, en verduurzamen kost tijd.

Vraag 15

Wij overwegen om de overeenkomst in een raamovereenkomst met meerdere partijen vorm te geven. Hoe kijkt u daar tegenaan?

Organisaties hebben het volgende aangegeven:

1. Positief instemmend omdat daarmee de beste partijen ingezet worden op de onderdelen waarop expertise benodigd is, het risico wordt gespreid, en (keten) samenwerking en kennisdeling onderling wordt gestimuleerd. Echter vraagt dit om duidelijke sturing vanuit de opdrachtgever om alle partijen goed aan te boord te houden.
2. Er zijn voordelen om zoveel mogelijk onder één dak te 'hosten':
 - het maakt de communicatie makkelijker, want zowel bedrijven als inwoners kunnen naar één centrale plek verwezen worden.
 - het zorgt voor stukken minder overhead, omdat partijen minder onderling hoeven af te stemmen.
 - voor de monitoring van alle behaalde resultaten is het stukken eenvoudiger als dit verloopt via 1 partij.
 - Het is wel heel goed denkbaar dat er een tweede partij is die een specifieke deelstroom oppakt.

Vraag 16

Welke informatie is door de BUCH niet gevraagd, maar volgens u wel van belang?

Eenzijds is aangegeven dat dit lastig is om te bepalen omdat de uitvraag nog niet heel concreet beschreven is.

Anderzijds zijn de volgende punten genoemd:

- Verduidelijken van de omvang van de opgave (hoeveel bedrijven, inwoners per jaar, per periode, etc.). Welke concrete KPI's dienen er bereikt te worden?
- Hoe wordt er invulling gegeven aan maatschappelijk verantwoord inkopen?
- Gaan VVE's en bijzondere doelgroepen onderdeel uitmaken van de aanbesteding?
- Vraag naast de basisdiensten apart uit wat een leverancier kan leveren aan projecten.
- Vraag uit wat de ervaring is met de leverancier met de wijkgerichte verduurzamingsprojecten en welke aanpak de leverancier voorstelt om naast de digitale dienstverlening, ook via projecten, de BUCH gemeenten kan helpen de gebouwde omgeving te verduurzamen.

Aanvullende vragen over aanbesteden uit de verdiepingssessies:

Hoe kijkt u tegen BVP (Best Value Procurement) aan als inkoopmethodiek, waarbij wij de scope formuleren, de doelstellingen, de randvoorwaarden en het budget om vervolgens aan de marktpartijen over te laten hoe hier het beste invulling aan kan worden gegeven?

Niet alle organisaties hebben deze vraag beantwoord.

Twee partijen hebben aangegeven dat ze hier positief tegenover staan. Kwaliteit staat hier voorop.

Een andere partij geeft aan met deze inkoopmethodiek wisselende ervaringen te hebben:

- Eenzijds positief omdat er geselecteerd wordt op personen die ervaring hebben en die dit ook kunnen bewijzen. Dat biedt zekerheid voor opdrachtgevers.
- Anderzijds wordt BVP ook veel gebruikt als 'trucje'. Partijen die ervaring hebben met BVP hebben zo hun voordeel. Anderen zouden de boot kunnen missen, terwijl ze wellicht prima in staat zijn op de opdracht goed uit te voeren.

Wat lijken in uw ogen logische percelen voor de aanbesteding en waarom? Hoe ziet u de coördinatie op het gehele proces als dit wordt opgesplitst in percelen of denkt u dat het verstandiger is om dit bij 1 partij te laten?

Niet alle organisaties hebben deze vraag beantwoord.

Wel komt naar voren dat organisaties de opgave te groot vinden om in 1 perceel in de markt te zetten. Het opdelen van de opdracht in 2 percelen (bedrijven en inwoners) wordt geadviseerd. Het verder opdelen van de percelen wordt niet geadviseerd, mede vanwege de coördinatie.

Bij de opdeling in bedrijven en inwoners wordt aangegeven dat deze afbakening makkelijk te bewerkstelligen is. Voor de twee percelen gelden namelijk andere subsidiestructuren, andere wet- en regelgeving, andere normen en andere intrinsieke motivatie om stappen maken.

Het jaarlijkse budget bedraagt naar verwachting zo'n 75.000 euro per gemeente per jaar voor zowel bedrijven als inwoners met betrekking tot energiebesparing. Wat is naar uw idee de beste verdeling, ook rekening houdend met nog een nadere opsplitsing in percelen?

Niet alle organisaties hebben deze vraag beantwoord.

De twee organisaties die deze vraag beantwoord hebben geven allebei aan dat het verstandig is om het grootste deel van het budget te benutten daar waar de meeste winst/impact kan worden gerealiseerd. Er wordt aangegeven dat dit geldt voor bedrijven. Bedrijven hebben ook een specifiekere aanpak, waar meer geld mee gemoeid is.

Ten aanzien van bewoners wordt aangegeven dat hier sprake is van een langduriger traject. Andere belangen spelen hier mee gelet op de discussie over gasloos maken van huizen, discussies over de financiering, etc. Geadviseerd wordt om hierbij middelen in te zetten voor voorlichting (over diverse energietechnieken) en de noodzaak om te isoleren. Daarbij kan ook een burgerparticipatiegame ingezet worden.

Welke informatie/kaders heeft u hiervoor nodig om een goede inschrijving te kunnen doen per perceel?

Duidelijk dient te worden wat de concrete ambities zijn die worden nagestreefd. Ook dienen de doelen en KPI's van het project bekend te zijn. Daarnaast wordt geadviseerd om slechts een beknopt programma van eisen op te stellen zodat er ruimte is voor een opdrachtnemer om zijn/haar expertise in te zetten.